

TABLA DE CONTENIDO.

1 Introducción	1
1.1. Contexto de la investigación.	2
1.2. Objetivos de la investigación.	4
1.3. Alcance de la investigación.	5
1.4. Estructura de la tesis.	7
2 Estado del conocimiento	9
2.1. Introducción.	10
2.2. Competitividad.	11
2.2.1. Paradigma de Porter.	12
2.2.2. Paradigma de la hipercompetencia (D’aveni).	18
2.2.3. Paradigma de diseño estratégico (Hamel y Prahalad).	22
2.2.4. Paradigma de coopectencia (Nalebuff y Branderburger).	23
2.2.5. Comparación entre los paradigmas de competitividad.	25
2.3. Modelos de medición del desempeño empresarial.	27
2.3.1. Performance measurement matrix (Keegan, Eiler Y Jones).	31
2.3.2. Results & determinants model (Fitzgerald, Johnston, Brignall, Silvestro y Voss).	32
2.3.3. Strategic measurement and reporting technique model (Smart) (Cross y Lynch).	32
2.3.4. Balanced scorecard (Kaplan y Norton).	33
2.3.5. The performance prism (Neely, Adams y Kennerly).	38
2.3.6. Comparación de los sistemas de medición del desempeño empresarial..	41
2.4. La toma de decisión multicriterio.	45
2.4.1. Conceptos básicos sobre decisión.	45
2.4.2. Clasificación de los problemas de decisión.	48
2.4.3. Clasificación de la metodología en la decisión multicriterio.	49
2.4.4. Proceso analítico jerárquico.....	52
2.4.5. Proceso analítico en red.	62
2.5. Estado del arte del MCDA y la competitividad.	85
2.6. La competitividad y el cuadro de mando integral en Venezuela.....	96
2.7. Conclusiones del capítulo.	103
3 Metodología de la investigación	107
3.1. Introducción.	108
3.2. Los enfoques de la investigación.	108
3.3. Estrategia de la investigación.	110
3.4. El diseño de la investigación.	112
3.5. Metodología de investigación empleada en la presente tesis. Justificación.	113

3.5.1. Etapas de la investigación.....	114
4 Propuesta metodológica de un sistema de medida de la competitividad.....	127
4.1. Introducción.	128
4.2. Presentación de la metodología propuesta de un sistema de medida de la competitividad para un sector empresarial.	128
4.3. Validación de la metodología en el segmento venezolano de empaques.	132
4.3.1. Etapa 1. Selección de expertos.	132
4.3.2. Etapa 2. Análisis de la cadena de valor.	133
4.3.3. Etapa 3. Determinación inicial de los indicadores de competitividad para el segmento de empaques.	135
4.3.4. Etapa 4. Priorización de las empresas.	138
4.3.5. Etapa 5. Validación de los resultados con los expertos.	149
4.3.6. Conclusiones sobre el segmento empaques.	151
4.4. Conclusiones del capítulo.	153
5 Visión de competitividad en sectores empresariales venezolanos.	157
5.1. Introducción.	158
5.2. Preparación del estudio en los sectores venezolanos.	158
5.3. Sector publicidad.	159
5.3.1. Etapa 1. Selección de expertos en el sector publicidad.	161
5.3.2. Etapa 2. Análisis de la cadena de valor del sector publicidad.	161
5.3.3. Etapa 3. Determinación inicial de los indicadores de competitividad para el sector publicidad.	162
5.3.4. Etapa 4. Priorización de las empresas del sector publicidad.	163
5.3.5. Etapa 5. Validación de los resultados con los expertos del sector publicidad.	167
5.3.6. Conclusiones sobre el sector publicidad.	168
5.4. Sector lácteo.	170
5.4.1. Etapa 1. Selección de expertos en el sector lácteo.	173
5.4.2. Etapa 2. Análisis de la cadena de valor del sector lácteo.	173
5.4.3. Etapa 3. Determinación inicial de los indicadores de competitividad para el sector lácteo.	174
5.4.4. Etapa 4. Priorización de las empresas del sector lácteo.	175
5.4.5. Etapa 5. Validación de los resultados con los expertos del sector lácteo	179
5.4.6. Conclusiones del sector lácteo.....	180
5.5. Sector agroindustrial ganado vacuno.	181
5.5.1. Etapa 1. Selección de expertos en el sector cárnico.	182
5.5.2. Etapa 2. Análisis de la cadena de valor del sector cárnico.....	182
5.5.3. Etapa 3. Determinación inicial de los indicadores de competitividad para el sector cárnico.	183
5.5.4. Etapa 4. Priorización de las empresas del sector cárnico.	184

5.5.5. Etapa 5. Validación de los resultados con los expertos del sector cárnico.	189
5.5.6. Conclusiones sobre el sector cárnico.....	190
5.6. Sector telecomunicaciones.	191
5.6.1. Etapa 1. Selección de expertos en el sector telecomunicaciones.	193
5.6.2. Etapa 2. Análisis de la cadena de valor del sector telecomunicaciones.	193
5.6.3. Etapa 3. Determinación inicial de los indicadores de competitividad para el sector telecomunicaciones.	195
5.6.4. Etapa 4. Priorización de las empresas del sector telecomunicaciones. .	196
5.6.5. Etapa 5. Validación de los resultados con los expertos del sector telecomunicaciones.	200
5.6.6. Conclusiones sobre el sector telecomunicaciones.	201
5.7. Sector laboratorios farmacéuticos.	203
5.7.1. Etapa 1. Selección de expertos en el sector farmacéutico.....	204
5.7.2. Etapa 2. Análisis de la cadena de valor del sector farmacéutico.	204
5.7.3. Etapa 3. Determinación inicial de los indicadores de competitividad para el sector farmacéutico.	206
5.7.4. Etapa 4. Priorización de las empresas del sector farmacéutico.	207
5.7.5. Etapa 5. Validación de los resultados con los expertos del sector farmacéutico.	211
5.7.6. Conclusiones sobre el sector farmacéutico.	212
5.8. Sector construcción.	213
5.8.1. Etapa 1. Selección de expertos en el sector construcción.	215
5.8.2. Etapa 2. Análisis de la cadena de valor del sector construcción.	215
5.8.3. Etapa 3. Determinación inicial de los indicadores de competitividad para el sector construcción.	219
5.8.4. Etapa 4. Priorización de las empresas del sector construcción.	220
5.8.5. Etapa 5. Validación de los resultados con los expertos del sector construcción.	225
5.8.6. Conclusiones sobre el sector construcción.	226
5.9. Análisis de resultados entre los siete sectores estudiados.	227
5.10. Conclusiones del capítulo.	232
6 Conclusiones de la tesis y líneas futuras de investigación.	235
6.1. Conclusiones generales.	236
6.2. Líneas futuras de investigación.	240
7 Bibliografía.....	241
Apéndices.....	257
Apéndice A. Cuestionario I	259
Apéndice B. Cuestionario II	273

Apéndice C. Sector publicidad	281
Apéndice D. Sector lácteo.....	289
Apéndice E. Sector cárnico	297
Apéndice F. Sector telecomunicaciones	305
Apéndice G. Sector farmacéutico	313
Apéndice H. Sector construcción	321